

La construcción mediatizada de la incertidumbre económica

Martín José Cortés

Facultad de Periodismo y Comunicación Social;
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

Resumen

El proceso de formación de expectativas en función del sistema social de creencias y deseos de los individuos va más allá de la pretendida científicidad de los datos con los que los economistas explican el accionar de los actores económicos.

El relato “racional” busca eliminar las creencias paganas de los humanos surgidas de la interacción entre estos. La muerte de las pasiones y de la intuición es la única garantía de una vida bajo control, de la biopolítica que asegure el bien común diseñado por los que detentan el poder.

La construcción de una incertidumbre mediatizada es el eje del modelo neoliberal de comunicación del siglo XXI y la mediatización del uso de los datos es una de sus herramientas fundamentales.

Cambiar el foco de atención al sistema de creencias y deseos que influyen en el accionar de los actores económicos en función de sus intereses apasionados.

Palabras Claves: incertidumbre; economía; creencias; medios.

Artículo recibido: 28/03/16; **evaluado:** entre 20/04/16 y 20/05/16; **aceptado:** 16/06/16.

La pugna por el control de los datos de la economía ha sido, y es, sin dudas uno de los campos de batalla del campo popular frente al neoliberalismo en todo el mundo.

La historia político institucional de nuestro país, por lo menos en democracia, ha estado signada en materia económica doméstica por el tema de la inflación y su impacto en las

expectativas de calidad de vida cotidiana de las personas. Indudablemente es la cuestión económica que genera más condiciones de incertidumbre en la ciudadanía argentina.

La grave crisis estructural que ha afectado recurrentemente al país, sin poder predecirse aún las consecuencias en cuanto al modelo de representatividad política de la sociedad argentina que establece las relaciones entre la ciudadanía y la dirigencia social, económica y política, ha desatado un sinnúmero de acciones políticas a través de las cuales los dirigentes han tratado de recuperar alguna dosis de credibilidad.

Se percibe un accionar sobre el cual debemos marcar, como elemento constitutivo, la superficialidad de la comprensión de los fenómenos de opinión pública por la mayoría, o quizás la totalidad, de la dirigencia política, económica y social de nuestro país que provoca su recurrente sumisión a la agenda mediatizada de las empresas de comunicación social privadas y/o estatales.

Bajo el reconocimiento de esta pugna se trata de buscar comprenderla y para eso debemos modificar la perspectiva epistemológica del abordaje desde la que se intenta dicha visión.

¿Vencer o cambiar el campo de batalla?

Hasta el momento dicha pugna se ha debatido en quién tiene la razón respecto a la veracidad de los números que brindan los gobiernos en el poder y la versión de la oposición política, en muchos casos ya oficialismo u oposición, como representantes de los poderes económicos concentrados.

El ingrediente adicional lo constituye que dichos enfrentamientos se visibilizan ya no en congresos académicos o en los políticos institucionales sino en los medios de comunicación.

Si tuviéramos que definir un apotegma que como estigma ideológico represente esta lucha es la frase: “lo que no se mide, no se puede modificar”. En los estudios actuales sobre el mundo digital este paradigma se llama dataísmo, pero su ancestro metodológico se denomina estadística.

Podríamos remontarnos a Pitágoras como antecedente inicial de la relación de la metafísica ideal y los números, pero remontándonos solo a la Ilustración podemos indicar que en esos tiempos se creyó que la estadística era capaz de erradicar todo contenido mitológico al conocimiento. Como afirmaba Voltaire – uno de los próceres de la Ilustración- la estadística es “objeto de curiosidad para quien quiere leer la historia como ciudadano y como filósofo”.

No nos explayaremos en disquisiciones sobre el pensamiento de la Ilustración pero a manera de recordatorio podemos decir que era sindicada como el medio por excelencia para “llegar” al conocimiento puro, la razón.

Y sabemos que en nombre de esa pureza fueron reprimidos elementos como la imaginación, el deseo y el cuerpo. El mito de la razón nace para destruir los mitos humanos existentes y en nombre de ese mito se destruye el sentido de los relatos humanos. Así, nos sumergimos y continuamos sumergidos en la creencia de la mensurabilidad y cuantificabilidad de la vida como aspiración máxima del conocimiento.

Este nuevo relato “racional” busca eliminar las creencias paganas de los humanos surgidos de la interacción entre sí. La muerte de las pasiones y de la intuición es la única garantía de una vida bajo control, de la biopolítica que asegure el bien común diseñado por los que detentan el poder.

Entonces, volviendo a nuestro punto de vista, ¿esta batalla por la veracidad de los números no estaría siendo funcional al paradigma de control de la biopolítica de la Ilustración y hoy, podríamos decir, del neoliberalismo?

¿Existe la posibilidad de cambiar de paradigma para entender cómo las personas establecen su relación de deseos y creencias con las expectativas económicas?

Una búsqueda diferenciada

Hemos trabajado durante mucho tiempo para tratar de comprender estos procesos de comunicación social en relación con las creencias y la incertidumbre y consideramos que hoy podemos tratar de experimentar la construcción de un abordaje que en primer lugar, presente nuestro análisis acerca del uso de estas estadísticas que constituyen sin dudas el aparato hegemónico que hemos descrito; con el objetivo de comprender y superar – aún con elementos cuantitativos – el enfoque que desde la disciplina económica cuantitativa pura, trata infructuosamente de explicar el comportamiento económico de las personas.

En el año 2010 proponíamos un camino que, incluso con el uso de elementos estadísticos de opinión pública, nos permitiera - desde una nueva perspectiva epistemológica (1)- tanto desde la opinión pública del ciudadano de calle como de la mira de economistas profesionales.

Para demostrar su capacidad analítica presentamos una serie periódica correspondiente a los años 2008, 2009 y primeros meses de 2010 donde se puede observar la evolución de dichas percepciones en el tiempo. Pudimos así comprobar con ejemplos la potencialidad y eficacia del modelo al demostrar la existencia de momentos o picos estadísticos que revelaban

excepcionalidades que no tenían “explicación” macroeconómica cuantitativa y que permitían fundamentar mucho más la perspectiva propuesta.

Como universo de análisis tomamos informes que eran una clara referencia en sus respectivos campos, de difícil y compleja ejecución, y de focalización a públicos muy específicos a los que estaban dirigidos o que eran sus demandantes.

De ese universo de productos de origen público y privado tomamos algunos de alto prestigio en cada uno de los mercados de consumo porque considerábamos que, a priori, se presentaban como adecuados para analizar su pertinencia para ser considerados como útiles para sustentar el modelo, tales como:

- El Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM) que realizaba el Banco Central de la República Argentina y que consistía en un seguimiento sistemático de los principales pronósticos macroeconómicos de corto y mediano alcance que habitualmente realizaban analistas y académicos locales y extranjeros sobre la evolución de la economía Argentina.
- La encuesta de expectativas de inflación y el Índice de Confianza del Consumidor del Centro de investigación en Finanzas de la Universidad Torcuato Di Tella.
- Informes periódicos de la consultora RSH / Macroeconómica - que participaba del REM, en muchos indicadores dentro del top 5 – sobre la realidad económica argentina con datos elaborados por la misma.
- Los estudios de expectativas y percepciones en relación al comportamiento de precios que realizaba el estudio Hugo Haime y Asociados.

Nuevos elementos fundantes

La continuidad de las investigaciones nos permite aportar –desde el propio paradigma racionalista- elementos que fundamentan aún más aquella propuesta inicial de cambio de la comprensión del proceso de formación de la opinión pública y de su vínculo con las decisiones económicas.

Y partiendo desde nuestra perspectiva alternativa del pensamiento sobre la economía y las personas procuramos poder entender cuál es el campo de batalla del poder real sobre un tema como la inflación, y que permita generar las condiciones mínimas de aceptabilidad como una herramienta de intervención en ese mundo de realidades mediatizadas.

Entonces debemos observar, para construir un sistema de credibilidad del modelo propuesto, la sustentabilidad epistemológica y teórica propiamente dicha, así como considerar poder aportar

el análisis de los otros modelos existentes con el objetivo de poder desvelar la intencionalidad que denotan y la utilidad para la comprensión de las expectativas de los individuos respecto de la inflación. Al mismo tiempo debemos poder construir un alto nivel de certidumbre en la pertinencia de nuestro modelo para la comprensión del proceso de construcción de expectativas de las personas sobre el tema en cuestión.

El pensamiento marginal y el marginado

En cada época han existido intelectuales hegemónicos y marginados en todos los campos del conocimiento. En muchos campos específicos del saber la disputa por el poder de decir ha conllevado el rescate de muchos de los marginados, posiblemente por razones ideológicas o por la discapacidad explicativa del pensamiento de los hegemónicos. Como veremos más adelante, el caso de Gabriel Tarde, su pensamiento respecto a las decisiones económicas y el deseo de las personas, constituye uno de ellos.

La importancia de sus trabajos no sólo es rescatada por otros pensadores sino que desde perspectivas muy diferentes, la temática por él abordada a principios del siglo pasado ha posibilitado que por primera vez en la historia un no economista, Daniel Kahneman (2), haya recibido el premio Nobel de Economía en el año 2002.

En un artículo titulado El juicio bajo incertidumbre: heurísticas y sesgos (3) Kahneman postula como eje de su pensamiento la relación entre decisiones, creencias y -siguiendo el modelo estadístico racionalista- las probabilidades.

Vinculado con la temática que nos preocupa que es la evolución de los precios y las consecuencias en el comportamiento de las personas, podemos destacar que Kahneman sostiene en relación a los cálculos de probabilidades que hacen las personas que precisamente muchas decisiones se basan en creencias relativas a la probabilidad de eventos inciertos, como los resultados de una elección, el valor futuro del dólar o nuestro tema de la inflación de los precios.

Estas manifestaciones individuales toman la forma de enunciados como “pienso que”, “las posibilidades son”, “es improbable que”, etc., ya que sólo ocasionalmente las creencias relativas a eventos se expresan en forma numérica como posibilidades o probabilidades subjetivas.

Pero para los estudiosos tradicionales de la política económica la pregunta por estas creencias o por el accionar de los individuos por fuera de los datos cuantitativos no parece ser evidente. La puesta en foco de la estimación subjetiva de la probabilidad en la agenda de los temas

económicos y estadísticos surge como una disrupción de tal grado que posibilitó su visibilidad en la Academia como lo indica la obtención del Premio Nobel.

Como ya hemos indicado, la estadística y la cuantificación son claves en el paradigma del conocimiento occidental; Kahneman inmerso en ese mundo indica que deben considerarse tres reglas heurísticas para el juicio en incertidumbre (4):

- (i) representatividad, que suele emplearse cuando se pide juzgar la probabilidad de que un objeto o evento A pertenezca a la clase o al proceso B;
- (ii) disponibilidad de ejemplos o escenarios, que se emplea a menudo cuando se pide estimar la frecuencia de una clase o la plausibilidad de un desarrollo particular; y
- (iii) ajuste a partir de un ancla, que suele emplearse en la predicción numérica cuando se dispone de un valor relevante (Kahneman, 2013: 565).

Es evidente que el pensamiento de Kahneman no se excluye de este paradigma cuantitativo y, por el contrario, busca evidenciar y reparar su incapacidad para explicar las decisiones de las personas, marcando sus deficiencias a través del estudio de lo que denomina sus sesgos. Es interesante comprobar la emergencia de los mismos problemas que tuvieron los primeros racionalistas cuando intentaron establecer modelos ideales o abstractos para explicar la toma de decisiones de las personas.

Esta mirada disruptiva que propone Kahneman reconoce que la investigación en torno a estos problemas de subjetividad de las personas para opinar sobre la probabilidad de ocurrencia y frente a escenarios de incertidumbre indica que la gente ordena sus miradas sobre los temas por probabilidad y similaridad exactamente de la misma manera.

Crítica fuertemente que “esta estructura del juicio de probabilidad conduce a serios errores debido a que la similaridad, o representatividad, no es influida por factores diversos que afectarían a los juicios de probabilidad” (Kahneman, 2013: 546).

Vemos como Kahneman sostiene su paradigma cuantitativo utilizando palabras que denotan cantidad como “estima”, “grado”, “ordena” y “probabilidad” porque debe jugar el juego de la ciencia económica para obtener su reconocimiento. Pero para fundamentar la decisión opinada de las personas debe recurrir a palabras de índole no cuantitativas como “representación”, “estereotipo” o “similaridad” (en el sentido de imitación) y, fundamentalmente, “creencias”.

Podríamos ahondar aún más en su esquema analítico profundizando elementos que menciona como sesgos o consecuencias no deseadas de la imperfección humana al momento de tomar decisiones, pero nos apartaría de nuestra intención original. Aunque hay algunos de esos sesgos que consideramos apropiados para nuestra mirada sobre la cuestión que intentamos abordar, como es, por ejemplo, la insensibilidad a la previsibilidad.

Representatividad

Una de sus reglas heurísticas respecto a la estimación de probabilidades es la de la representatividad y da un claro ejemplo sobre cómo la descripción influye en las estimaciones de las personas, más allá de los propios datos sobre los cuales la persona haga su propia estimación.

Supongamos, por ejemplo, que nos dan una descripción de una compañía y se nos pide predecir sus beneficios. Si la descripción de la compañía es muy favorable, los altos beneficios parecerán más representativos de dicha descripción; si la descripción nos muestra una compañía cuya gestión es mediocre, los resultados mediocres parecerán más representativos. El grado en que la descripción sea favorable no resulta afectado por la confianza que la descripción merezca o por el grado en que permita una predicción acertada. Por eso, si la gente hace predicciones únicamente sobre la base de los términos favorables de la descripción, sus predicciones serán insensibles a la fiabilidad de la información y al acierto que quepa esperar de la predicción (Kahneman, 2013: 551).

Entonces parece que si condicionamos la presentación de los datos de manera favorable o desfavorable es posible que las predicciones que surjan “serán insensibles a la fiabilidad de la información y al acierto que se espera de la predicción”. Vemos -como sostendremos fundadamente más adelante- que el sistema de creencias “parece” ser más influyente en las decisiones de las personas que los criterios fundacionales de la metafísica y en este caso, de la estadística.

Como hemos sostenido en diversos trabajos anteriores, el malestar de los positivistas cuando la realidad no se somete a las reglas abstractas e ideales con las que intenta controlarla y explicarla. Para Kahneman el problema está en que esa forma –tan humana– de juzgar de los individuos “vulnera la teoría normativa estadística”, en la cual –indica– la extremosidad y el rango de las predicciones son controlados por consideraciones de predictibilidad.

Vivimos así una regresión de siglos a la discusión de los presocráticos cuando vemos que se afirma que las predicciones intuitivas infringen las reglas –normativas y racionales– ya que los sujetos prestan poca o ninguna atención a consideraciones nuevamente normadas sobre predictibilidad.

Podemos afirmar, ya sin dudas ni sesgos, que es precisamente la subordinación a la teoría normativa estadística la que vulnera la humanidad de las personas.

Indudablemente, en este mundo de datos y de acceso mediatizado en pocas manos las decisiones de las personas están vulnerando la teoría normativa estadística. Vivimos entonces en un mundo de infractores y nos negamos a prestar atención al paradigma estadístico, por lo menos en el grado de requerimiento y necesidad de sus defensores.

Sólo para que las probabilidades de equivocarnos en este análisis sean menores podemos ahondar un poco más analizando otro de los sesgos.

La ilusión de la validez

En este caso, un valor muy querido para los cuantitativistas como es el de validez; que es mencionado aquí como “la ilusión de la validez”. Las personas solemos hacer nuestras predicciones sobre las cosas tomando como referencia principal el dato inicial con el que contamos o que nos fuera suministrado.

La confianza en ese dato inicial como representativo proviene primordialmente del grado de correspondencia entre el resultado que predecimos y ese dato inicial, sin considerar sobremanera otros factores que podrían limitar dicha predicción formulada. En estos casos suelen pesar criterios como los estereotipos de las personas o de las profesiones por ejemplo, o los prejuicios vinculados con ese dato inicial. Kahneman denomina este ajuste entre la información inicial y el resultado “ilusión de validez” y postula que se genera por este sesgo una “confianza injustificada” con la cual se hace la predicción.

Extraemos aquí elementos fundamentales para construcción de nuestro punto de vista; como podemos comprobar es clave la importancia de los datos iniciales sobre los cuales se conforma la opinión.

Podríamos en este contexto actual entender entonces que, en la construcción de esta confianza injustificada, parece ser sintomática la relación entre la información inicial y la correspondencia con el resultado seleccionado.

Y conociendo el peso creciente de los medios de comunicación concentrados en sus diferentes formatos de difusión digitales y analógicos podemos indicar que, más que hablar de una confianza injustificada, proponemos hablar de la confianza mediatizada.

Confianza mediatizada

Este concepto de confianza mediatizada como fuente de la ilusión de validez está basado en que la consistencia interna de un conjunto de datos iniciales es un determinante esencial de la confianza de un individuo en predicciones basadas en esos datos. Y como veremos también más adelante, la conversación entre las personas que conforma nuestro sistema de creencias está fundamentado en un alto grado en lo que conversamos sobre lo que vemos, escuchamos e interactuamos con los medios de comunicación.

La selección de las fuentes de información, el modo de presentarlas, la repetición, la palabra de los famosos, la cita a fuentes inexistentes, la no réplica a las aseveraciones de los medios, la no desmentida de las falacias en igual grado, la relación entre noticias que no tienen que ver entre sí pero que permiten establecer relaciones aparentemente inexistentes, entre otras, se construyen con los datos iniciales redundantes sobre los cuales las personas predicen su accionar y el de los demás y en muchísimos casos actúan, piensan u opinan en consecuencia. “Los conjuntos de datos altamente consistentes se observan más a menudo cuando las variables iniciales son en gran medida redundantes o hay correlación entre ellas. De ahí que la gente tienda a tener una gran confianza en las predicciones basadas en variables iniciales redundantes” (Kahneman, 2013: 552). (5)

Es interesante rescatar elementos de estos análisis que son claves para entender la tensión entre el paradigma estadístico y su capacidad de comprensión de la realidad de las decisiones humanas. En ese sentido, la idea de redundancia en la constitución de las variables iniciales emerge como un factor fundamental para que las personas confíen más en sus predicciones a lo largo del tiempo.

En el mismo sentido, podemos ver cómo el tercero de los sesgos respecto a la fiabilidad de la perspectiva cuantitativa, las opiniones de las personas sobre la base de probabilidades y su relación con los medios de comunicación está ejemplificado con la regla de la disponibilidad, Kahneman sostiene que en este caso hay situaciones en las que la gente estima la frecuencia de una clase o la probabilidad de un evento por la facilidad con que ejemplos o sucesos acuden a su mente.

No es necesario ahondar en el peso de los medios en la agenda pública pero fundamentalmente desde nuestra perspectiva queremos destacar un hecho quizás menos pretencioso en cuanto a su abordaje académico, que es el peso de lo que se consume de los medios en la charla cotidiana y, en relación con este sesgo, en la capacidad de recordar hechos recientes por sobre hechos pasados.

La saturación y la interrelación de temas que dramáticamente son vinculados por los medios en sus mensajes conducen a las personas a una disponibilidad finita y concentrada de ejemplos que son más fáciles de rememorar en las conversaciones. Empiezan a ser temas o datos más

familiares y la mediatización les otorga un grado de notoriedad que los impregna de niveles de actualidad más accesibles.

El peso de la mediatización del acceso a datos, informaciones y ejemplos reales o imaginarios en la constitución de los datos iniciales y en la disponibilidad de estos para los públicos que plantea Kahneman implica la aparición de otros sesgos importantes.

La cultura del miedo

La constitución de un clima o contexto de miedo e incertidumbre desde los medios de comunicación, con la puesta dramática en escena de casos y ejemplos donde se representan vívidamente muchas dificultades y contratiempos, produce que los niveles de imaginación al respecto generen un mapa de probabilidades sobre la vida real que rápidamente condicionan el cálculo de probabilidades de ocurrencia de hechos similares a la persona.

Este mismo proceso puede darse a la inversa cuando los riesgos de determinada decisión puedan parecer probablemente inocuos o hasta muy beneficiosos en su manera de ser percibidos si el contexto y las formas de presentación son benévolas, como puede ser el pago a los fondos buitres, que en ningún caso presenta las consecuencias de dicha decisión pero sí las consecuencias de no pagarles.

La cultura del miedo que los medios concentrados de información siembran como referencia en la construcción de su agenda informativa, tanto para el mantenimiento del *statu quo* como para la modificación de políticas contrarias a sus intereses, es un hecho incontestable. Vemos fantasmas donde siquiera existe la probabilidad de que existan y no vemos aquellos monstruos que van a por nosotros delante de nuestras narices.

Hegemonía y medios

A pesar de parecer repetitivo, es importante recordar que estamos hablando de los sesgos que existen en el cálculo de probabilidades para el paradigma cuantitativo y que, desde nuestra perspectiva, el impacto de los medios en su emergencia es trascendental.

Esto queda claro cuando Kahneman plantea como un sesgo de la teoría normativa estadística –para nosotros muy frecuente en los medios hegemónicos concentrados–, el de la correlación ilusoria:

La disponibilidad proporciona una explicación natural del efecto de la correlación ilusoria. El juicio sobre la frecuencia con que dos eventos se producen conjuntamente podría basarse en la fuerza del vínculo asociativo entre ellos. Cuando la asociación es fuerte, es probable que se concluya que los eventos han ido frecuentemente emparejados. La consecuencia es que se juzgará que estos eventos así asociados han ido juntos con frecuencia. (Kahneman, 2013: 557).

La saturación extrema de esta estrategia en los medios hegemónicos de nuestro continente es evidente e incluso -en muchos casos- patética en su forma y fondo. Si vamos recopilando conceptos o sesgos “anómalos” comprobamos el peso de los medios de comunicación concentrados en la constitución de estos.

Podemos pensar que estamos frente a una contradicción ideológica en cuanto a las violaciones normativas del idealismo positivista o que el paradigma libertario racionalista se ha transformado en una forma de dominación en defensa de sus intereses concentrados con versiones más fluidas y sutiles de ejercicio del poder.

Por eso planteamos que no son brutos o ignorantes frente a la realidad sino que son perversos expertos -con idiotas útiles como escuderos- en el arte de sesgar la percepción de la realidad en función de sus intereses de dominación.

Kahneman nos brinda un glosario de sesgos que él define como errores y que nosotros podríamos definir como elementos perversos del modelo de comunicación neoliberal del siglo XXI que dominan los medios hegemónicos de comunicación:

Una larga experiencia nos ha enseñado que, en general, los ejemplos de clases grandes se recuerdan mejor y con más rapidez que los ejemplos de clases menos frecuentes; que los eventos probables son más fáciles de imaginar que los improbables; y que las relaciones asociativas entre eventos se refuerzan cuando estos se producen a menudo conjuntamente. Como resultado, el hombre tiene a su disposición un procedimiento (la heurística de la disponibilidad) para estimar el número de una clase, la probabilidad de un evento o la frecuencia con que ciertos eventos se producen conjuntamente por la facilidad con que las operaciones mentales pertinentes de obtención, construcción o asociación pueden ejecutarse. Pero, como los ejemplos precedentes han demostrado, este valioso procedimiento de estimación conduce a errores sistemáticos (Kahneman, 2013: 558).

Errores de cálculo

Podríamos entender que Kahneman, como muchos de sus pares, fundamenta su defensa del paradigma racional, como lo hicieron los mentores de muchas dictaduras y guerras hasta el

presente, en la violencia de los eventos que surgen de las decisiones humanas descontroladas. Pero el error que cometen está en suponer que las personas podrían actuar de acuerdo a principios estadísticos o a codificaciones impuestas que reniegan de la experiencia cotidiana. Las personas somos extremadamente racionales pero humanas e imperfectas en cuanto a un idealismo que además de imposible, no garantiza el acceso a la felicidad.

La añoranza de una sociedad bien calibrada y con los códigos apropiados está muy lejos de representar un paradigma libertario que la Ilustración y todo el pensamiento occidental metafísico nos ha ido presentado como panacea. Pero esta visión quizás romántica de los pensadores positivistas que esbozamos es rápidamente erradicada cuando incluso afirma disciplinariamente y a pesar de todo que:

El análisis empírico de los sesgos cognitivos tiene implicaciones en el papel teórico y práctico de las probabilidades juzgadas. La moderna teoría de la decisión considera la probabilidad subjetiva como la opinión cuantificada de una persona ideal. La probabilidad subjetiva de un evento dado viene definida específicamente por el conjunto de apuestas respecto a este evento que dicha persona está dispuesta a aceptar. Para un individuo puede derivarse una medida de probabilidad subjetiva internamente consistente, o coherente, si sus elecciones entre apuestas satisfacen ciertos principios, esto es, los axiomas de la teoría. La probabilidad derivada es subjetiva en el sentido de que reconoce que individuos diferentes tengan probabilidades diferentes para el mismo evento. La mayor contribución de este planteamiento es que proporciona una interpretación rigurosamente subjetiva de la probabilidad aplicable a eventos únicos que está inserta en una teoría general de la decisión racional (Kahneman, 2013: 564).

Son demasiadas las condiciones para que la vida sea la de sus imaginarias personas ideales y es triste ver cómo una y otra vez se constituyen en círculos viciosos de conceptos abstractos y realidades incongruentes con sus capacidades de comprensión propuestas.

Como hemos venido trabajando desde hace muchos años, el estudio de las realidades comunicacionales no puede ser abordado desde una visión ideal, inmóvil y abstracta.

Creencias y racionalidad

Los juicios y conversaciones de las personas, incluso para tomar decisiones o emitir opiniones vinculadas con la economía personal o del país están inmersas en su red de creencias individuales y sociales que en su interacción vital van conformando su racionalidad humana. Y como sabe el propio Kahneman no existe un procedimiento formal que pueda condicionar o

codificar los juicios de valor de las personas y su sistema de creencias para responder a su ideal de toma de decisiones.

Desafortunadamente, no puede haber un procedimiento formal sencillo para estimar la compatibilidad de un conjunto de juicios de probabilidad con el sistema total de creencias de quien juzga. Pero la persona que juzga racionalmente se esforzará por la compatibilidad, aunque la consistencia interna se obtenga y estime con más facilidad. En particular, procurará que sus juicios de probabilidad sean compatibles con su conocimiento del asunto, las leyes de la probabilidad y sus propias heurísticas y sesgos judicativos (Kahneman, 2013: 564).

Esta perspectiva contemporánea de lograr un rejuvenecimiento del positivismo se encuentra reflejada en muchos campos de la vida social. Oportunamente abordamos este devenir en cuanto a los estudios y propuestas de intervención en el mundo de las organizaciones productivas en los países centrales y su ineficacia.

Hay mucho para aportar respecto a estas afirmaciones, algunas las hemos abordado (Cortés, 2013); pero no podemos dejar de destacar esta idea recurrente del poder hegemónico neoliberal acerca de la necesidad de contar con ese sujeto ideal –el consumidor ideal, el ciudadano, el trabajador, etc.– que piense racionalmente de acuerdo al paradigma del poder vigente y de sus formas cambiantes de adecuación a cada época histórica.

La alternativa pasional

La importancia de la opinión pública en la vida social no necesita de muchas explicaciones en este siglo XXI. Pero su importancia o, mejor dicho, su influencia en la economía es un tema más controversial para los académicos económicos formados en las tradicionales universidades del mundo.

La defensa de su disciplina parte desde una asepsia basada en los aspectos cuantitativos de sus reflexiones sobre la base de paradigmas idealistas que proviene desde Pitágoras en adelante.

¿Por qué debe entenderse el comportamiento económico de las personas desde la opinión pública entonces? ¿Desde qué concepción esta mirada puede tener asidero?

En primer lugar, partamos desde el fracaso de las miradas economicistas para entender dicho comportamiento por lo menos en casi toda la historia de la economía política hasta nuestros días en el mundo; como lo demostraron tanto la crisis de las hipotecas sub prime en el mundo occidental todo, como el accionar de los fondos buitres en la Argentina, África, EEUU y la UE

En segundo lugar, consideramos pertinente su comprensión desde esta perspectiva en virtud de la actual existencia de un fenómeno que podemos denominar una incertidumbre económica mediatizada, respecto al funcionamiento del sistema productivo en la Argentina y en especial a sus datos cuantitativos de referencia.

En este contexto, ¿cómo producir alguna alternativa de comprensión más amplia que supere estas falencias y tenga un sustento que pueda demostrar el impacto de la opinión pública y más allá, la comprensión del funcionamiento de lo subjetivo incluso en los análisis de los economistas tradicionales?

Psicología económica y opinión pública

El primer pilar que va a sustentar este modelo de abordaje de las expectativas económicas desde estudios de opinión pública se basa en tomar como referencia epistemológica el paradigma de Gabriel Tarde que expone en su tratado sobre psicología económica.

Como podemos comprobar fue y es una mirada diferente, marginal a la hegemonía de la ciencia económica tradicional, ya a principios del siglo pasado. Tarde proponía un cruce epistemológico que, un siglo después, es reconocido como plausible en el caso de Kahneman más allá de sus deficiencias que hemos descrito anteriormente.

Gabriel Tarde es uno de los autores marginados en cuanto a su diversidad intelectual que ha sido rescatado en este aspecto –como Simmel, por ejemplo- pero que por su amplia capacidad era ya un referente en los campos de la comunicación social.

Su libro *Psicología Económica* publicado en 1902, fecha que constituye de por sí un dato que requiere ser subrayado ya que la misma temática que Tarde aborda sin reconocimiento contemporáneo es cien años después el motivo del premio Nobel de Economía que obtuviera Kahneman.

Una recuperación del trabajo de Tarde fue realizado por Bruno Latour y Vincent Antonin Lépinay en su libro *La economía, ciencia de los intereses apasionados* donde incluso llegan a desafiar a la ortodoxia académica, diciendo en la introducción de su libro, en referencia al libro *El Capital* de Karl Marx: “¡Cuán diferente hubiera sido la historia del siglo XX si el breviario de los hombres de acción hubiera sido el libro de Gabriel Tarde, aparecido en 1902, *Psicología Económica*, en lugar de aquel de Marx!” (Latour y Lépinay, 2008: 3).

Latour y Lépinay recorren el libro de Tarde y analizan sus principales principios y reflexionan críticamente sobre ellos. Allí invitan al lector a realizar una completa inversión de las prácticas comprensivas para poder entender que nada en la economía es objetivo, que todo es subjetivo

o más precisamente intersubjetivo y se suman a la idea de Tarde de la posibilidad de cuantificar esas experiencias intersubjetivas.

Sin lugar a dudas es una de las definiciones más caras al núcleo de pretendida exclusividad de la ciencia económica la idea de "valor" y es sobre esta base que Tarde propone una clara tensión conceptual entre la idea tradicional de la objetividad y su proposición de subjetividad sobre la idea de valor:

[El Valor] es una calidad que asignamos a las cosas, como el color pero que, realmente como el color, no existe más que en nosotros como una verdad muy subjetiva.

Consiste en el acuerdo de los juicios colectivos que portamos sobre la aptitud de los objetos a ser más o menos, y por un mayor o menor número de personas, sin procesar, deseados o probados. Esta calidad es pues, de la singular especie de las que, pareciendo susceptibles de presentar numerosos grados y de subir o descender esta escala sin cambiar esencialmente de naturaleza, merece el nombre de cantidad (Tarde, 1902).

Esta idea de subjetividad en la cual se basa Tarde para entender las ciencias sociales está basada en dos elementos básicos: deseos y creencias.

Las palabras "social", "psicológico", "subjetivo" e "intersubjetivo" son pues, en general, equivalentes y todas designan un modo de seguir una trayectoria que nunca exige depender de la previa existencia de una sociedad o de una infraestructura económica, de un plan global distinto de la pululación de sus miembros.

Así, la idea de valor de Tarde se explaya a todas las evaluaciones de creencias y deseos. Establece el vínculo de la idea de valor con los de verdad, utilidad y belleza y, a partir de esa relación que implica a todos los juicios humanos, sostiene que el hombre lucha por aumentar la riqueza, la gloria, la verdad, el poder o la perfección artística y, por supuesto, que los mismos no disminuyan. Así vemos que sobre elementos aparentemente no cuantificables emerge en el ser humano la idea de incremento o disminución que implican la cuantificación, una mirada irrefutable en la experiencia aunque esta idea de cuantificación no pueda ser mensurada ortodoxamente.

La crítica tardeana es exactamente la opuesta: los economistas no cuantifican lo suficiente todas las evaluaciones a las cuales tienen acceso. O más bien, no se remontan bastante lejos, continuamente, hacia el entrecruzamiento de los tensores y de los vectores que caracterizan el fondo, si se puede decir, de la materia social. Propone pues extender la economía a todas las evaluaciones pero sin limitarse a seguir únicamente las evaluaciones que nosotros aprendimos, por conveniencia, a calcular en moneda.

Juicios de Valor

Es en el proceso de interacción y comunicación humana, directo o mediatizado, que se permite hacer visibles y legibles los juicios de valor que forman el fondo de lo que Tarde denominará economía. De allí el peso de los medios de comunicación analógicos y digitales en la conformación y deformación de los juicios de valor fundamentales que tienen los seres humanos en sus juegos vitales de convivencia.

Es posible imaginar en la época actual, que ve multiplicarse bajo las formas de índice de audiencia, de los sondeos, las encuestas de marketing, las academias estelares, los concursos, las clasificaciones, las subastas, los espionajes, los clics en el mouse, etc., nuevas “tomas de datos” muy valiosos para “volver el estado social más sometido al número y la medida (Latour y Lépinay, 2008: 23).

Como hemos dicho anteriormente la hegemonía metafísica sometió a la marginación a pensadores que “imperfecta” e innovadoramente anticiparon las limitaciones de la unicidad cuantitativa para comprender al comportamiento de las personas.

Hasta hace pocos años e incluso aún hoy –con la aplicación de el dataísmo en el seguimiento del mundo digital- es cuestionado el uso de metodologías cualitativas de estudio de los procesos de interacción humanos básicamente porque no se trata de herramientas que garanticen el control total de las personas.

Pero muchos de los críticos de Tarde lo califican de “literario” y es cierto: quería que se cuantificaran deseos y creencias cuando las estadísticas de la época –que conocía bien, puesto que dirigía el Instituto de Estadísticas del Ministerio de Justicia– eran excesivamente rudimentarias para captarlos. La actual ola de digitalización nos debe volver más atentos al argumento de Tarde.

Es importante remarcar a esta altura que no proponemos una suerte de queja contra los economistas y sus estadísticas sino que, por el contrario, entendemos que el uso de determinadas herramientas de captación, procesamiento, cuantificación y análisis –desde la perspectiva de creencias y deseos manifiestos discursivamente a través de la opinión pública– es muy útil para hacer más comprensible el comportamiento económico de las personas.

Incluso Tarde –que trabajaría mucho sobre el cambio de la multitud hacia el concepto de público en otro escrito– sostiene que existen muchos otros métodos de cuantificación y reivindica los estudios electorales de popularidad de los hombres públicos.

La actualidad de Tarde es manifiesta en cuanto al cambio de paradigma del neoliberalismo y del modelo de comunicación que lo acompaña y uno de sus máximos exponentes o símbolos es justamente la moneda.

Por eso insistimos en que lo que cuenta, el verdadero sentido, es la intercomparación de los juicios, “por eso se puede seguir con facilidad la creciente inter- comparación en dos dominios que un economista probablemente separaría, pero que Tarde puede mantener juntos sin dificultad, por ejemplo la prensa y la moneda” (Latour y Lépinay, 2008: 27).

Este vínculo entre economía y medios de comunicación no surge de forzar un vínculo inexistente ya que en su trabajo original es el propio Tarde quien lo aborda en referencia al que entonces era el medio hegemónico de su tiempo histórico:

(...) el desarrollo de la prensa tiene por efecto dar a los valores morales un carácter de cantidad cada vez más marcado y susceptible de justificar cada vez mejor su comparación con el valor de intercambio. Este último, que debía ser bien confuso también en los siglos previos al uso corriente de la moneda, se precisó a medida que la moneda se extendió y unificó. Entonces pudo dar nacimiento, por primera vez, a la economía política.

Del mismo modo, ante la Prensa diaria, los conceptos de valor científico o literario de los escritos, de la celebridad y de la reputación de las personas, seguían siendo bastante vagos, ya que el sentimiento de sus incrementos y sus disminuciones graduales podía nacer apenas; pero con el despliegue de la prensa, estas ideas se precisan, se acentúan, se vuelven dignos de servir de objetos a especulaciones filosóficas de una nueva clase (Tarde, 1902:76).

Analizan al respecto Latour y Lépinay que Tarde compara dos modos de trayectorias y de contaminación pues ambos, el primero desde hace varios siglos, el segundo ante su vista, permiten identificar mediante qué instrumentación y qué herramientas se pasa de una cuantificación local, individual e incómoda a una cuantificación generalizada, rápida y reflexiva. Uno de los puntos que más nos seduce del pensamiento tardeano es que juega su juego del lenguaje, dentro de las reglas de juego de la propia disciplina económica, para tensionar sus principales elementos constitutivos.

La credibilidad como activo

Entre estas especulaciones Tarde nunca omite colocar a la sociología de las ciencias, caso típico de una metrología de la literatura científica que se vuelve visible y legible por la propia extensión de esta cuasi moneda que se denomina credibilidad en la que se juega, mejor que en cualquier otra parte, la propia producción de los grados finamente diferenciados de creencia.

Nos parece muy interesante el análisis de Tarde sobre la búsqueda, de parte de los economistas, de niveles de abstracciones similares a las ciencias denominadas más científicas y las consecuencias de ese intento de asimilación. Una crítica que no lo saca del paradigma de pensamiento de su época pero indica cierto malestar respecto a la pretensión idealista de ocultar las emociones detrás de abstracciones; para ello describe ese método de los economistas:

Ser tan objetivo y abstracto como se pudiera: ese era el método... El ideal consistía en disimular perfectamente bajo abstracciones tales como crédito, servicio, trabajo, las sensaciones y los sentimientos allí ocultos, de modo que nadie los percibiera en ese lugar, y tratar esas abstracciones como objetos, objetos reales y materiales, análogos a los objetos tratados por el químico y el físico y, como ellos, sometidos a la ley del número y de la medida. De esa manera, el capítulo de la moneda y de las finanzas, donde ese doble ideal parece realizarse, dónde todo parece numerable y mensurable, como en la física y la química, fue en todo tiempo el cantero predilecto del jardín de los economistas.

No es menos cierto que el valor, del cual la moneda no es más que el signo, no es nada, absolutamente nada, a no ser una combinación de cosas todas ellas subjetivas, de creencias y deseos, ideas y voluntades, y que los aumentos y disminuciones de los valores de la Bolsa, a diferencia de las oscilaciones del barómetro, no podrían explicarse sin la consideración de sus causas psicológicas, accesos de esperanza o de desaliento del público, propagación de una buena o de una mala noticia que cause sensación en el espíritu de los especuladores (Tarde, 1902:109).

He aquí los fundamentos principales de la perspectiva de la relación entre opinión pública y economía que sostienen ambos autores; perspectiva que es profundizada cuando –en la visión de Tarde y en el análisis de Latour y Lépinay– se introducen las ideas de confianza, de fe y de invención en el sistema. Y, aunque pequemos de redundantes, no podemos olvidar los sesgos anteriormente descrito de Kahneman y su idéntica sincronía.

Aunque podría ser materia de un trabajo autónomo es interesante observar como Tarde anticipa un movimiento, en términos de Heráclito, una tensión entre repetición e innovación que podríamos definir como el motor de capitalismo contemporáneo, un tema que es trascendental para autores como Gilles Deleuze, por ejemplo. El capitalismo neoliberal necesita de la innovación para su subsistencia, una necesidad que va más allá de la declamada mejora de la calidad de vida de las personas por el cambio tecnológico. Es necesario inventar problemas que merezcan las soluciones ya diseñadas. Que nunca se alcance la armonía es fundamental para que surjan nuevas necesidades inducidas y nuevos deseos no deseados que, al alcanzarse, se esfumarán como deseos y volveremos a repetir el camino frente a la nueva innovación formulada y accesible.

Lo expresa con claridad Tarde cuando declama la influencia de la opinión pública en el comportamiento económico de los individuos, ya que el proceso de pasaje de roles de los individuos en el proceso de intersubjetividad de la actividad económica, donde se pasa de vendedor a cliente y de cliente a vendedor, de consumidor a consumidor y de productor a productor.

Un continuo e invisible paso de estados de almas, un intercambio de persuasiones y de excitaciones -por la conversación, por los periódicos, etcétera- que precede los intercambios comerciales y sus condiciones. Se devela así que la fuerza real que domina la actividad económica no son sus números sino su potencia retórica, es la persuasión y el convencimiento que surge de la interacción dialógica lo que regla nuestro accionar económico.

Pero volviendo a uno de los puntos centrales del modelo propuesto, Tarde afirma respecto a la idea de precio, tan importante para analizar la percepción sobre estos, que no se puede negar la acción de la significación que cada época o cada país tienen sobre lo que considera un precio justo y lo mismo para la moral como regla superior y profunda de la conducta en virtud de las convicciones y pasiones mayores que guían la vida. Entonces se pregunta cómo se explica una idea de economía política que hace abstracción de estas convicciones y de esas pasiones dominantes que, sordas o conscientes, son las fuerzas sociales e individuales por excelencia.

Sentencian Latour y Lépinay que “nada conseguirá enfriar los intereses apasionados. Imaginar una economía por fin sabia, que reine fríamente sobre los individuos finalmente racionales y razonables, regidos por una buena gobernanza, es como de imaginar un sistema ecológico sin animales, sin plantas, sin virus y sin lombrices” (2008: 69).

Más allá de la reflexión teórica

Estas reflexiones teóricas deben servirnos para ir más allá de la mera crítica neutral. En nuestro país con niveles de concentración de las fuentes de información, con la incesante influencia de estos en la percepción de los precios y con la fuerte hegemonía de los economistas ortodoxos como nuevos oráculos defensores del método que hemos criticado, no podemos quedarnos en análisis abstractos.

Como pudimos comprobar en nuestros estudios sobre en los informes cuantitativos realizados por economistas ortodoxos, donde se analiza recurrentemente la situación económica de nuestro país durante los períodos de referencia, surge muy claramente que estos se fundan en

números y estadísticas “duras”, con la fuerte impronta de la percepción del accionar del otro en cuanto a la interpretación de los mismos números que se suministran.

Por eso es importante observar que más allá o más acá de esos números, e incluso de sus propias fuentes como el INDEC o las consultoras privadas, el análisis de la percepción de los precios es mucho más influyente en el comportamiento de los individuos que la relación entre las reservas del Banco Central y el circulante en manos del público como dato técnico absoluto. Por eso es interesante destacar la idea de Tarde acerca de cuál debería ser un objeto de análisis importante para los economistas: la conversación como factor de producción:

No existe una relación económica entre los hombres que no esté acompañada en primer término de un intercambio de palabras verbales o escritas, impresas, telegrafadas, telefoneadas. Incluso cuando un viajero realiza intercambios de productos con isleños cuya lengua ignora, estos trueques solo tienen lugar por medio de signos y gestos que son un lenguaje mudo. Por lo demás, esas necesidades de producción y consumo, de venta y compra, que se satisfacen mutuamente mediante el intercambio, cerrado gracias a las conversaciones, ¿cómo nacieron? Muy a menudo también gracias a las conversaciones que propagaron de un interlocutor a otro la idea de un nuevo producto por comprar o producir y, con esta idea, la confianza en las cualidades de ese producto o en su próxima disponibilidad, el deseo, en suma de consumirlo o fabricarlo. Si el público nunca conversara, la exhibición de mercancías sería casi siempre un trabajo en vano, y las cien mil trompetas de la propaganda sonarían inútilmente. Si solamente durante ocho días se detuvieran las conversaciones en París, pronto se advertiría la singular disminución del número de ventas en los comercios. No existe, pues, más poderoso director del consumo ni, en consecuencia, más poderoso factor, aunque indirecto, de la producción, que la cháchara de los individuos en sus horas de ocio (Tarde, 1902: 195).

La apasionada resolución 125

Como mencionamos, hemos desarrollado un trabajo de investigación profundo sobre estos aspectos de opinión pública, índices e inflación que pueden entenderse como fundacionales de esta perspectiva que propugnamos.

El conflicto por la famosa Resolución 125 (6), que establecía un sistema impositivo de retención de la renta de la producción agraria, es una clara muestra de un conflicto signado por los intereses apasionados.

Un claro ejemplo de lo antedicho respecto a las expectativas inflacionarias y la influencia del sistema de creencias y deseos está dado, por ejemplo si analizamos el salto en el dato respecto al mes de marzo de 2008 y al mes de abril del mismo año, que es contemporáneo a

dicho evento. En ese momento fue la famosa crisis del campo respecto de la resolución 125/08 que establecía retenciones a las exportaciones agropecuarias argentinas. La respuesta del campo fue un paro de larga duración con cortes de rutas que eran transmitidas en directo por todos los medios de comunicación junto con un enorme desabastecimiento en las góndolas de los supermercados, almacenes, verdulerías y carnicerías. Momento de incertidumbre extrema. Como ya hemos visto es difícil cotejar esto con datos cuantitativos pero a manera de referencia vamos a citar el informe de seguimiento del Programa Monetario del Banco Central de la República Argentina referido el primer semestre del 2008.

El informe dice respecto al tema del IPC que la inflación minorista subyacente medida por el IPC Resto elaborado por el INDEC registró en el primer trimestre alzas mensuales promedio de 1,3 %, superiores a las observadas en el mismo periodo de 2007 (1,1 %). De esta forma, la variación interanual (i.a.) del IPC Resto verificó un incremento en el margen, hasta 11,4 %, quedando por encima de los niveles de un año atrás (10,3 % i.a.).

La evolución del IPC Resto en el primer trimestre del año respondió a una dinámica alcista tanto en los precios de los servicios como los de los bienes. En efecto, el subíndice de servicios registró un alza de 11,3 % i.a. en marzo que resulta 0,2 puntos porcentuales (p.p.) mayor que la tasa verificada en diciembre. En tanto los bienes presentaron un crecimiento de 10,4 % i.a. en marzo superando en 0,8 p.p. la tasa exhibida en diciembre pasado.

Respecto de las perspectivas para el año 2008, las últimas cifras disponibles del Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM) que efectúa el Banco Central indican que el IPC GBA finalizaría en diciembre con una variación de 9,5 % i.a. Como se puede apreciar, no existe un salto importante en las expectativas de corto plazo respecto a esos indicadores, más allá de mantenerse una tendencia alcista importante. Más aún los datos de la REM expresan expectativas decrecientes.

También podemos evaluar el informe macroeconómico del mismo período de la consultora RSH para constatar cual era el panorama que vislumbraban oportunamente. En el informe de Marzo de 2008 se analiza justamente la situación de los *commodities* a nivel global y sus implicancias para la economía nacional:

A pesar de las crecientes señales de recesión que aparecen en los EEUU los precios de los commodities agrícolas y del petróleo no sólo se han mantenido firmes sino que profundizaron los superávit gemelos de la Argentina y, en la medida en que se acentúe este comportamiento, puede tener implicancias importantes sobre la política económica del Gobierno y la dinámica del proceso de ahorro – inversión. (7)

Como se puede observar de la afirmación anterior, la situación macroeconómica propiamente dicha estaba en una situación de control e incluso con perspectivas de fortalecimiento. Más adelante el informe incluso indica con algunos *tips* puntuales este sentido favorable: “Los términos de intercambio del país siguen mejorando”; “Esta mejora de los términos de intercambio del país esta teniendo efectos importantes sobre los superávits primarios gemelos”; “Una marcada aceleración de las ventas externas”; “Una reversión de la tendencia del deterioro del superávit comercial”; “Una marcada aceleración de la recaudación tributaria”; y “Una importante mejora de las cuentas fiscales”.

Podemos ver más adelante que aunque se marcan posibles riesgos se indica que se está frente a una enorme oportunidad para el desarrollo del país en ese contexto macroeconómico marcado por los datos “duros”.

Desde nuestra perspectiva, debemos buscar otras herramientas de comprensión del accionar de las personas en cuanto a protagonistas del proceso económico. Uno de los trabajos que mas ha evolucionado en este sentido es el realizado por Hugo Haime quien periódicamente ha estado midiendo, desde una perspectiva de los estudios electorales y de opinión pública, sobre la percepción de precios y sobre el impacto de los temas problemas que las personas vinculan con su cotidianeidad.

Analizando el informe respectivo de Hugo Haime para el mismo período abordado en el análisis de los datos numéricos duros vemos que se registra un salto del dato de marzo de 2008 que indicaba que la expectativa de inflación iba a ser mayor era del cincuenta por ciento (50 %), a la medición de abril del mismo año indicaba que la creencia de incremento inflacionario era ahora del setenta y uno por ciento (71 %).

Un salto de casi un cincuenta por ciento en un solo mes

Entonces ¿dónde se anclan las expectativas de la gente respecto a la economía si, a pesar de los datos duros y de los análisis ortodoxos, estallan por el aire de manera incremental?

Los modelos como el REM o los basados en datos cuantitativos duros de los especialistas no son eficientes para explicar el accionar de los individuos en términos de actividad económica y menos en función de la construcción de expectativas. Y como vimos anteriormente, sus sesgos son una clara prueba de su propia incapacidad dentro de su propio paradigma. Podemos decir que esas metodologías actúan como referencias especulares de la realidad que los actores económicos han construido en función de sus creencias y deseos en el marco de la puja de intereses apasionados que implica la economía.

Cabe entonces cuestionarnos si no fue el nivel de exposición mediática del conflicto entre el gobierno y el campo que con móviles en directo aumentaba los niveles de incertidumbre, ya que en sus pantallas se podían ver simultáneamente los piquetes de ruralistas y las góndolas de los supermercados vacías.

Estábamos ante un fenómeno que nosotros denominamos incertidumbre económica mediatizada, en el que los medios hegemónicos provocan un incremento de las expectativas negativas que no podía leerse como un conflicto indiferente en el proceso de construcción de las creencias individuales y colectivas respecto a la inflación.

La profundización del modelo

Como puede comprobarse la eficacia comprensiva del modelo que proponemos como herramienta para ser utilizada en el análisis y elaboración de informes puntuales sobre estos temas inflacionarios y de precios puede ser muy productiva.

No deberíamos continuar utilizando como referencia espejos retrovisores contruidos con datos cuantitativos duros de los especialistas, ya que no son eficientes para explicar el accionar económico de los individuos máxime en un país como el nuestro, con una historia de pugna de poder entre los medios económicos concentrados y sus medios de comunicación hegemónicos que han generado diferentes grados de volatilidad que provocan incertidumbre institucional, económica y social.

El modelo que hemos desarrollado para el análisis de opinión pública respecto al tema inflación y precios, además de su originalidad y carácter innovador, muestra a las claras la pertinencia de su uso especialmente en contextos donde la incertidumbre de los actores sociales reales y concretos emerge como un denominador común.

Su fortaleza se funda en el diseño metodológico y en la posibilidad de acceso a bases de datos, tanto de opinión pública diseñados en la perspectiva epistemológica propuesta como a estudios macroeconómicos que sean confiables en cuanto a la capacidad de mostrar las tendencias incrementales o decrecientes de diferentes fuentes y de alta calidad de procesamiento.

Durante muchos años hemos trabajado en estudios cualitativos de opinión pública en diferentes puntos del continente y este trabajo nos ha permitido desarrollar –en función de la experiencia– metodologías novedosas de aplicación práctica en comunicación política.

Este nuevo desarrollo se funda en una nueva perspectiva más vinculada al desarrollo de herramientas orientadas al sistema productivo y fundamentalmente, al desarrollo de instrumentos de intervención en la vida económica de empresas y organizaciones.

Permiten entender que el proceso de formación de expectativas en función del sistema social de creencias y deseos de los individuos va más allá de la pretendida científicidad de los datos duros con los que aspiran los economistas explicar el accionar de los actores económicos.

Intenta superar la dicotomía del dato oficial frente al dato privado al cambiar el foco de atención al sistema de creencias y deseos que influyen en el accionar de los actores económicos en función de sus intereses apasionados.

Notas

- (1) Ya orientada a analizar desde las percepciones de los intereses apasionados
- (2) Daniel Kahneman fue el primer no economista en recibir el Premio Nobel de dicha disciplina por su trabajo de integración de la psicología en las ciencias económicas, acerca de del juicio humano y la toma de decisiones en entornos de incertidumbre.
- (3) Artículo publicado originalmente en la revista Science, vol. 185, 1974.
- (4) Recordamos que nuestro punto de vista se basa en la incertidumbre generada en la historia de nuestro país por los índices de inflación y las condiciones de su emergencia pública ascendente o descendente.
- (5) Redundancia: Del lat. *redundantia*. f. Sobra o demasiada abundancia de cualquier cosa o en cualquier línea. 2. Repetición o uso excesivo de una palabra o concepto. 3. Cierta repetición de la información contenida en un mensaje, que permite, a pesar de la pérdida de una parte de este, reconstruir su contenido.
- (6) Es la resolución del gobierno nacional argentino que fijaba la política de retenciones a las exportaciones agropecuarias, principalmente a la soja, trigo y maíz. Dicho conflicto significó incluso la ruptura la alianza entre el Vicepresidente de la Nación con la Presidenta de la Nación.
- (7) RSH, Panorama Económico, *Soja, economics: algunas implicancias de la mejora de los superávits gemelos*. Buenos Aires – 2008 – Pag. 5.

Bibliografía

- Kahneman, D. (2013). *Pensar Rápido, pensar despacio*, Debate, Buenos Aires.
- Cortés, M. (2013). *El constructor de éxitos*, Ediciones EPC, La Plata.
- Latour, B. y Lépinay, V. (2008). *La economía, ciencia de los intereses apasionados*, Los Aguafiestas, París.
- Tarde, G. (1902). *Psicología Económica*, Tomo primero, Alcan éditeur, Paris.